


تقرير الموسيقى في السعودية 2025

# أسس النجاح:

# صناعة الموسيقى في السعودية

# الاستنتاجات والتوصيات

1

تمتلك السعودية بالفعل المكونات اللازمة لنجاح صناعة الموسيقى المسجلة: نصف السكان تحت سن 35، ثلثهم يمتلكون هواتف آيفون، والأغلبية يستخدمون يوتيوب. الطلب على الموسيقى المسجلة يفوق العرض بالفعل

2

يمكن للسعودية أن تحاكي النجاح التجاري لتركيا لزيادة عدد مشتريكها في الموسيقى من قريب من الصفر إلى ما يقارب 10 ملايين بحلول كأس العالم 2034

3

من المتوقع أن تحقق وزارة الثقافة السعودية عائدًا ضريبيًا بنسبة ثلاثة إلى واحد على الاستثمار، مع توقع وصول إيرادات الموسيقى المسجلة إلى 0.5 مليار دولار أمريكي في أقل من 10 سنوات

# المقدمة



"إذا لم تبدأ من مكان ما، فلن تذهب إلى أي مكان"، كما قال بوب مارلي. على مدار الخمسين عامًا الماضية، كانت المملكة العربية السعودية، التي أصبحت الآن أكبر اقتصاد في العالم في المرتبة 19، تمتلك فقط أجزاءً من صناعة الموسيقى المسجلة. لكن ذلك يتغير بسرعة، وسرعة التغيير على وشك أن تتسارع بشكل أكبر.

اليوم، تلتزم الحكومة السعودية بالاستثمار في تطوير صناعة موسيقى مسجلة على مستوى عالمي. جميع منصات البث الرئيسية تحظى بشعبية في البلاد وتأسس فرقًا محلية.

قريبًا، سيشعر المستهلكون والمبدعون السعوديون بدعائم العولمة المحلية، وهو الظاهرة المتزايدة حيث يزدهر الموسيقى المحلية على المنصات العالمية.

بإجمال، تمتلك صناعة الموسيقى المسجلة في السعودية الموارد والإمكانات للنمو من الصفر تقريبًا إلى نصف مليار دولار بحلول كأس العالم 2034.

يوثق هذا التقرير السنوي، الأول من نوعه، التقدم الذي أحرزته المملكة، ويحدد الفرص، ويقدم توقعات مفصلة للصعود المستمر للمملكة العربية السعودية كلاعب في مجال الموسيقى على الساحة العالمية.

—بول باسيفيكو، الرئيس التنفيذي لهيئة الموسيقى، وزارة الثقافة.



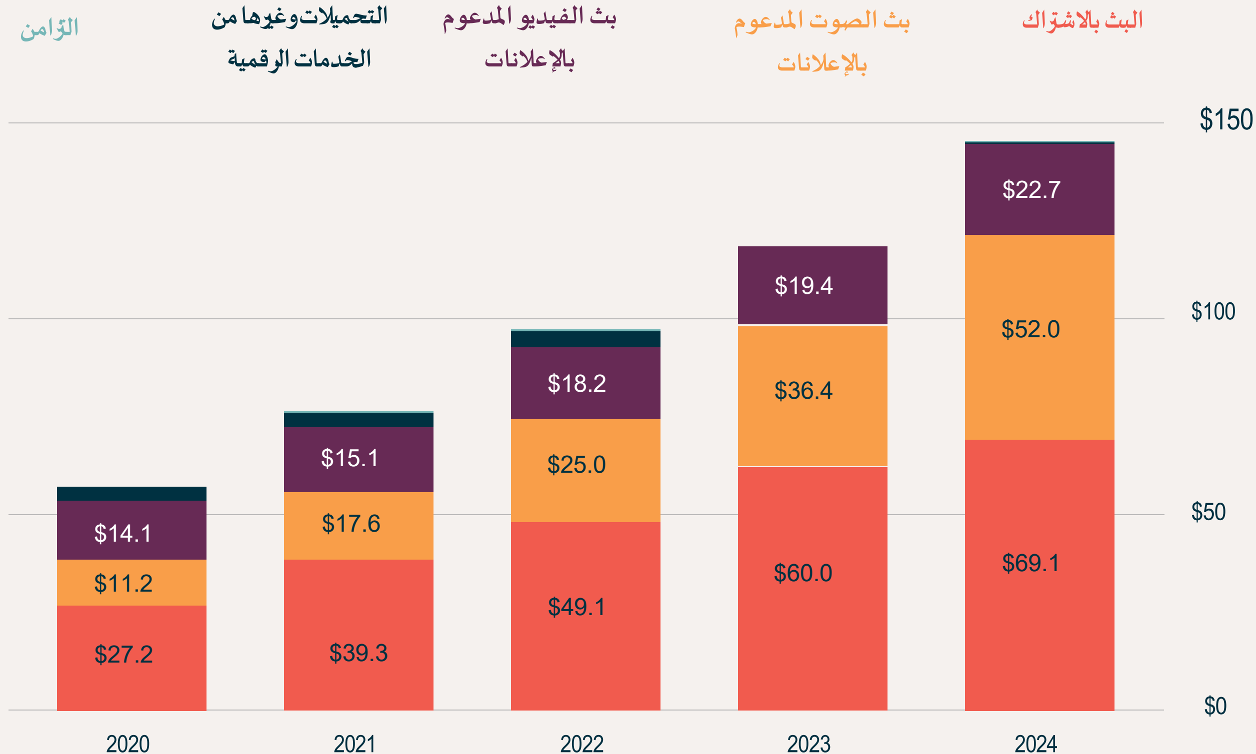
# بيانات الأدب




قبل تقييم وتحديد أسس نجاح صناعة الموسيقى المسجلة في السعودية، من المفيد مراجعة ما قيل عن هذا السوق الفريد، وتحديد الثغرات في هذه الدراسات. هناك أربعة عناوين تستحق المراجعة:

1. تقرير الموسيقى العالمي من IFPI
2. ملف تعريف السعودية من Music Ally
3. حالة قطاع الإعلام لعام 2024 من Arthur D. Little
4. استطلاع المستهلك الرقمي من Omdia

# تقرير الموسيقى العالمي من IFPI




الاتحاد الدولي لصناعة التسجيلات الصوتية (IFPI) ، وهو مجموعة تجارية رائدة في مجال صناعة الموسيقى المسجلة. اعترف لأول مرة بمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا (MENA) في تقريره السنوي عن الموسيقى العالمية في عام 2022، ومنذ ذلك الحين يتم تضمين لمحة إقليمية وبيانات خاصة.

بكل دولة بشكل منتظم. في التقرير الأخير (الذي نُشر في مارس 2025)، الذي يشمل عام 2024، نمت الإيرادات السنوية للموسيقى المسجلة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا إلى 144 مليون دولار أمريكي، بزيادة قدرها 22.8% مما جعلها المنطقة الأسرع نموًا في العالم. شكلت خدمات البث الرقمي، التي تمثل تقريبًا كامل السوق (99.5%)، زيادة قدرها 28 مليون دولار.

كانت الإيرادات المدعومة بالإعلانات هي الجزء الأكبر من النمو، حيث ارتفعت بنسبة 43% (16 مليون دولار). لعبت منصات مثل يوتيوب، سبوتيفاي، و أنغامي دورًا كبيرًا كما كان متوقعًا، لكن تقرير IFPI أشار أيضًا إلى مساهمات من منصات التواصل الاجتماعي مثل تيك توك وميتا (انستغرام وفيسبوك). يبدو أن هناك توجهًا نحو التوطين، حيث سيطر الفنانون المحليون على سبعة من أفضل 10 أغاني في تصنيف المنطقة.

كانت الأغاني العشر الأكثر استماعًا في السعودية من قبل فناني خمس دول: مصر، لبنان، السعودية، سوريا، واليمن. ومن الجدير بالذكر أنه في مصر، كان 13 من أصل 14 فنانًا وصلوا إلى المركز الأول في عام 2024 من المحليين. كما سيتم مناقشته لاحقًا في هذا التقرير، فإن أهمية الثقافة المصرية، التي تظهر في هذا الأداء، تقدم للسعودية معيارًا طموحًا.

# ملف تعريف السعودية من Music Ally

تنشر "ميوزيك آلي"، الاستشارية المرموقة التي تتخذ من المملكة المتحدة مقرًا لها، سلسلة من الملفات التعريفية حول الدول لزيادة الوعي بالأسواق الأجنبية بين التنفيذيين في أوروبا وأمريكا الشمالية.



يعتبر تقرير "ميوزيك آلي" الوحيد عن السعودية، الذي نُشر في عام 2022، مرجعًا مهمًا يتناول خطط هيئة الموسيقى السعودية ، التي تشمل إنشاء 65,000 وظيفة و130 استوديو تسجيل بحلول عام 2030.

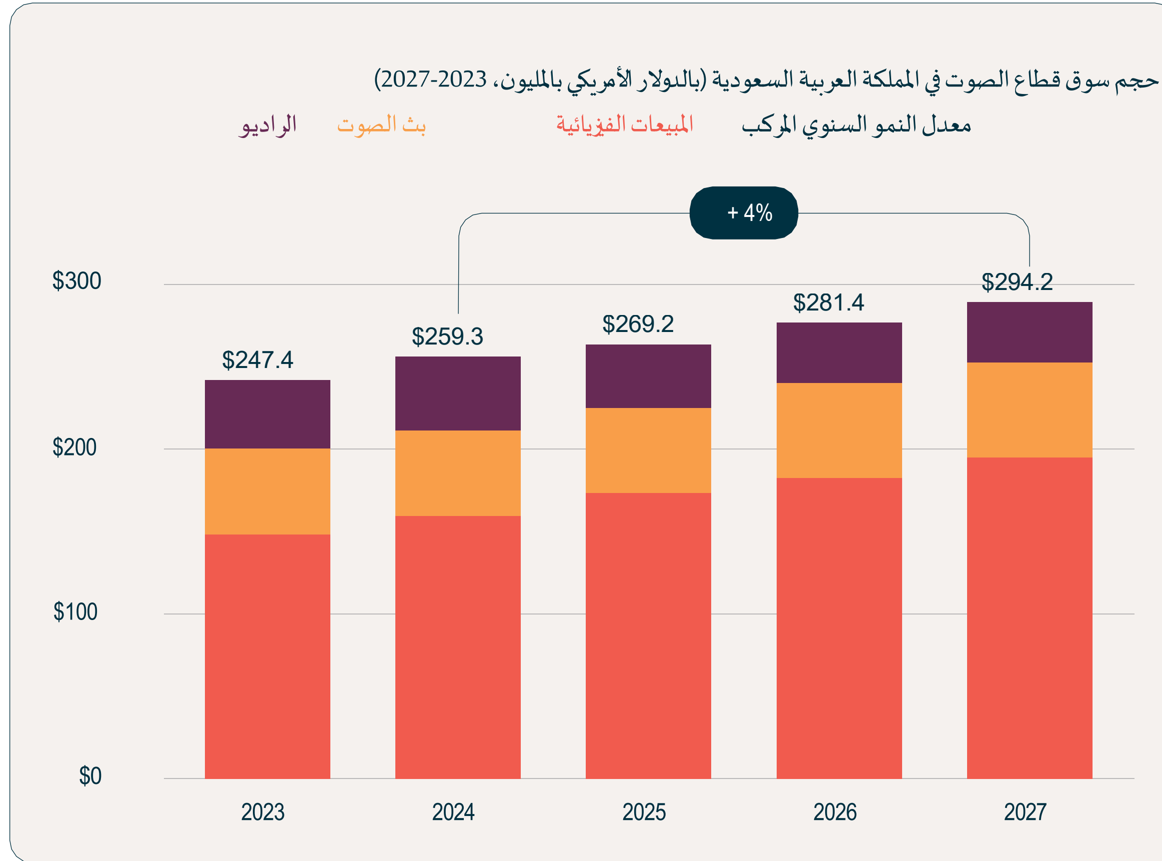
الملف التعريفي يسلط الضوء على مدى حضوروتأثير الفنانين الإقليميين داخل سوقهم المحلي، مع الإشارة إلى أن منصة "أنغامي" أكدت أن المحتوى العربي يشكل 50% من استهلاك المحتوى على منصتها.

يتم أيضًا تسليط الضوء على أن استهلاك "يوتيوب" في السعودية يُعد من بين "أعلى مستويات الاستخدام في العالم"، وهذا مدعوم بتوفرباقات البيانات التنافسية من شركات الاتصالات في المملكة.

ومع ذلك، لا يتوفرحتى الآن تحليل جديد باستخدام أحدث البيانات المتوفرة.

# ملف تعريف تقرير "حالة قطاع الإعلام في المملكة العربية السعودية" من Arthur D. Little لعام 2024 من Music Ally

نشرت شركة Arthur D. Little تقريرها حول "حالة قطاع الإعلام في المملكة العربية السعودية" في عام 2024، الذي يتضمن العديد من الرسوم البيانية المتفائلة التي تصف إمكانيات السوق. ويتوقع التقرير أن تصل الإيرادات من الراديو، وخدمات البث، والمبيعات المادية إلى ما يقرب من 300 مليون دولار بحلول عام 2027.






# استنتاجات مسح المستهلكين الرقميين لعام 2024 من Omdia: المملكة العربية السعودية

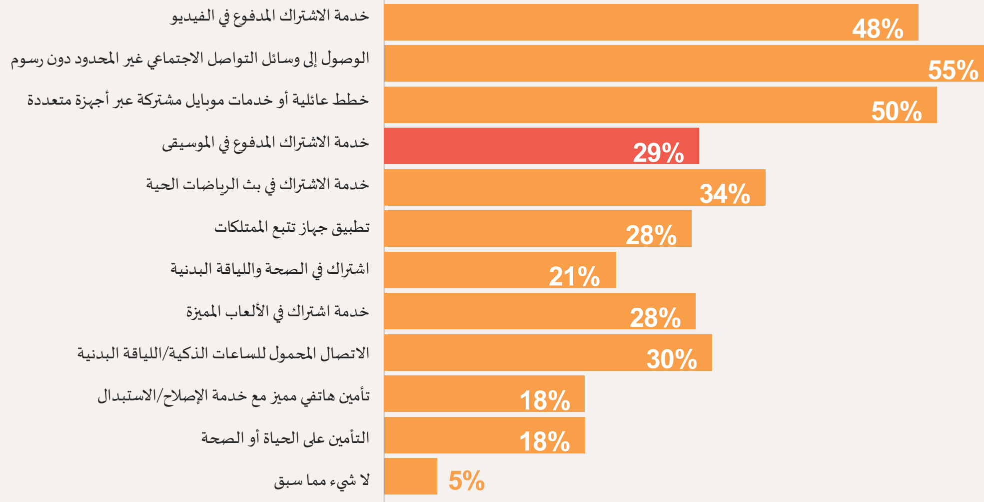
**منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا. يعتمد تقريرها على استطلاع شمل 1,000 مشارك سعودي، معظمهم تتراوح أعمارهم بين 18 و35 عامًا.**

**يظهر موضوعان رئيسيان. أولاً، أعرب المشاركون عن الحاجة إلى شبكات 5G لدعم الاقتصاد الرقمي في المملكة.**

ثانيًا، تبدو آفاق دمج وسائل الإعلام مع خدمات الاتصالات واعدة. في الأيام الأولى للبث (حوالي 2008-2013) في الأسواق الغربية، كان دمج خدمات الاتصالات سمة شائعة في استراتيجيات إطلاق منصات الموسيقى الرقمية، بهدف تسريع تبني الاشتراكات في الموسيقى.

على سبيل المثال، في هولندا، أدى الاتفاق الذي أبرمته سبوتيفاي (Spotify) مع KPNفي 2011 إلى وصول الخدمة السويدية إلى ربع السكان الهولنديين خلال عام واحد، قبل أن تنتشر في المملكة المتحدة والولايات المتحدة. تشير بيانات استطلاع Omdiaإلى أن نهج دمج خدمات التليكوم قد يكون طريقًا قابلاً للتطبيق في السعودية خلال مراحلها الأولى في تأسيس صناعة الموسيقى المسجلة من الصفر.

المصدر: Omdia




تشير البيانات إلى أن حزم الاتصالات تعتبر مرغوبة بشكل خاص للعائلات وخطط المشاركة. أما بالنسبة لخدمات الوسائط المدفوعة التي يقدرها العملاء أكثر، فقد احتلت خدمات الفيديو المرتبة الأولى بنسبة تقارب نصف المشاركين، تلتها الرياضات الحية بنسبة 34% ثم خدمات اشتراكات الموسيقى بنسبة 29%. كما سنرى قريبًا، تبدو المملكة العربية السعودية، مع انتشار الهواتف الذكية (وخاصة الآيفون)، مستعدة لهذا النوع من الصفقات.

# ما الذي ينقص الأدبيات حتى الآن؟



**الأرقام.** جميع هذه الدراسات تفتقر إلى الأرقام الدقيقة لتحديد أسس النجاح.

بالتحديد، ما هو مطلوب هو قياس دقيق للسوق القابلة للوصول في السعودية من أجل تحديد الحجم المحتمل وتحديد التطلعات.

بدون ذلك، ستكون الثقة ضعيفة بشأن ما إذا كان الاستثمار في الصناعة يمكن أن يحقق عائدًا كافيًا. يركز باقي هذا التقرير على وضع نظرة عامة رقمية أكثر دقة لسوق الموسيقى المسجلة في السعودية، والتي يمكن استخدامها لاحقًا في منهجية تنبؤ قوية.

# تحديد التطلعات

لإرساء الأسس اللازمة لنجاح صناعة الموسيقى المسجلة في السعودية، من الضروري وجود معيار معقول لتحديد الوضع الحالي للبلد وتتبع التقدم في المستقبل. ففئة "الشرق الأوسط وشمال أفريقيا" الواسعة التي تُستخدم غالبًا في التحليلات القطاعية تشمل بين 19 و28 دولة، تتراوح من المغرب إلى اليمن. لذا، فإن التركيز الأكثر تحديدًا هو ما يُستدعى.

لهذا الغرض، يقترح هذا التقرير دولتين: تركيا ومصر. فتركيا تمثل المعيار الإقليمي للنجاح التجاري. أُطلقت خدمة سبوتيفاي في تركيا في عام 2013، والآن يفتخر البلد بوجود أكثر من 16 مليون مشترك في مزودي الخدمات الرقمية.(DSP)

المشتركين في خدمات الموسيقى، متفوقين بشكل كبير على أي مكان آخر في المنطقة. في المقابل، تقدم مصر أهمية ثقافية تمثل طموحًا، ناتجة عن ميزة "الريادة" المرتبطة بظهور بث الإذاعة والأفلام الصوتية في الثلاثينيات.

اليوم، يهيمن الفنانون المصريون على قوائمهم المحلية، ويشغل التنفيذيون في صناعة الموسيقى في مصر مناصب قيادية في شركات الموسيقى عبر منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

على الرغم من أن كل دولة فريدة من نوعها، إلا أن القرب الجغرافي يجعل من تركيا ومصر مقارنات معقولة للسوق السعودي، ونجاحهما النسبي على الصعيدين التجاري والثقافي يجعلهما معايير جديرة بالاعتبار.



# تقييم السوق القابلة للوصول في المملكة العربية السعودية

تلخيص بسيط لإمكانات السوق في السعودية هو الاعتراف بأنها سوق شابة نسبيًا وثرية مقارنة بغيرها. يمكن تحقيق تحليل أكثر تفصيلًا من خلال البدء بأوسع تعريف للسوق القابلة للوصول (أي السكان) والتضييق تدريجيًا ليشمل الأكثر تحديدًا (أي مشتركي الموسيقى). وفيما بين ذلك، تساعد مجموعة من الفئات في توجيه خريطة الطريق والإطار الزمني للاستفادة من إمكانيات السوق. هذه الشرائح التوضيحية هي:

**الأسر المؤهلة**
الأسر التي تحتوي على شخص واحد على الأقل يستوفي معايير المشترك المحتمل، ويوتيوب، وآيفون.

**المشترك المحتمل في خدمات الموسيقى**
الأفراد الذين يمتلكون هاتفًا يدعم سبوتيفاي (أي ليس هاتف بلاك بيري) ولديهم القدرة على الدفع مقابل الخدمة (أي يمتلكون بطاقة خصم أو بطاقة ائتمان).

**مستخدمي خدمات بث الموسيقى**
أي شخص يستخدم أي منصة رئيسية لخدمات البث الرقمية (مثل سبوتيفاي، أنغامي، يوتيوب ميوزيك) باستثناء المستوى المجاني من يوتيوب.

**المستخدمون النشطون يوميًا على يوتيوب**
المستخدمون الفريدون للمنصة، على الرغم من أنهم قد لا يستخدمونها بالضرورة للموسيقى.

**مستخدمي خدمات بث الموسيقى المدفوعة**
أي شخص يستخدم خدمات الاشتراك المدفوعة في بث الموسيقى بالفعل.

**عدد مستخدمي الآيفون**
عدد أجهزة الآيفون المستخدمة، استنادًا إلى بيانات الشحن؛ حيث أن مستخدمي الآيفون عمومًا أكثر استعدادًا لدفع مقابل الموسيقى مقارنة بنظرائهم من مستخدمي الأندرويد.

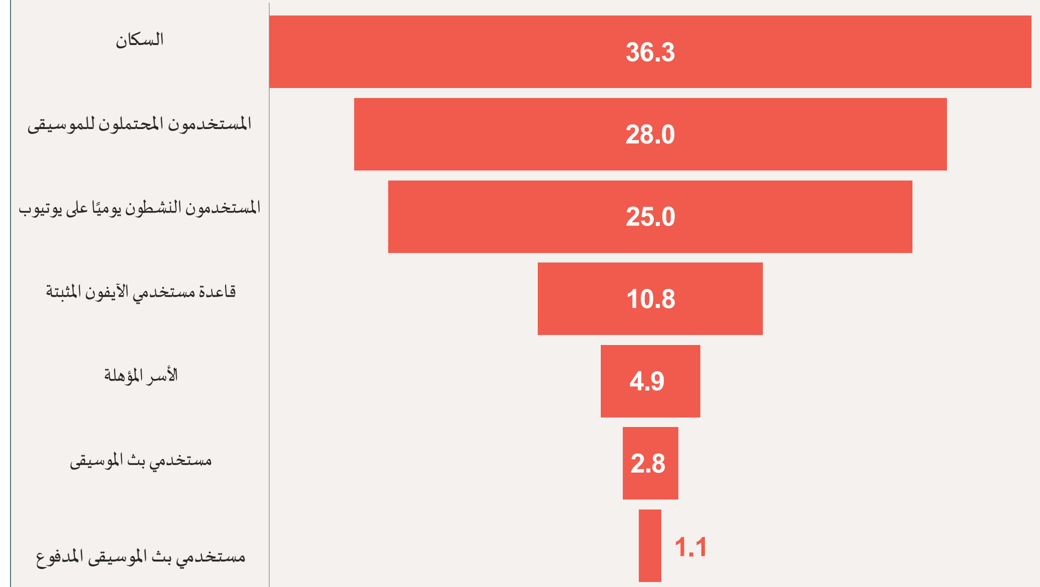


**المملكة العربية السعودية** عدد سكانها 36.3 مليون نسمة، ومنهم 28 مليون (73%) يعتبرون قابلين للوصول. من هالمجموعة، حوالي 25 مليون (95%) يستخدمون يوتيوب يوميًا.

عدد مستخدمي الآيفون يقدر بحوالي 10.8 مليون، وفيه تقريبًا 5 مليون أسرة مؤهلة. مقارنة بـ 3 مليون مستخدم للموسيقى، منهم أكثر من مليون مشترك مدفوع، في مجال كبيرللنمو.

المصدرOmdia :، بيانات السوق الخاصة بالمؤلفين

السوق القابل للوصول الإجمالي في المملكة العربية السعودية في 2024 (بالمليون)

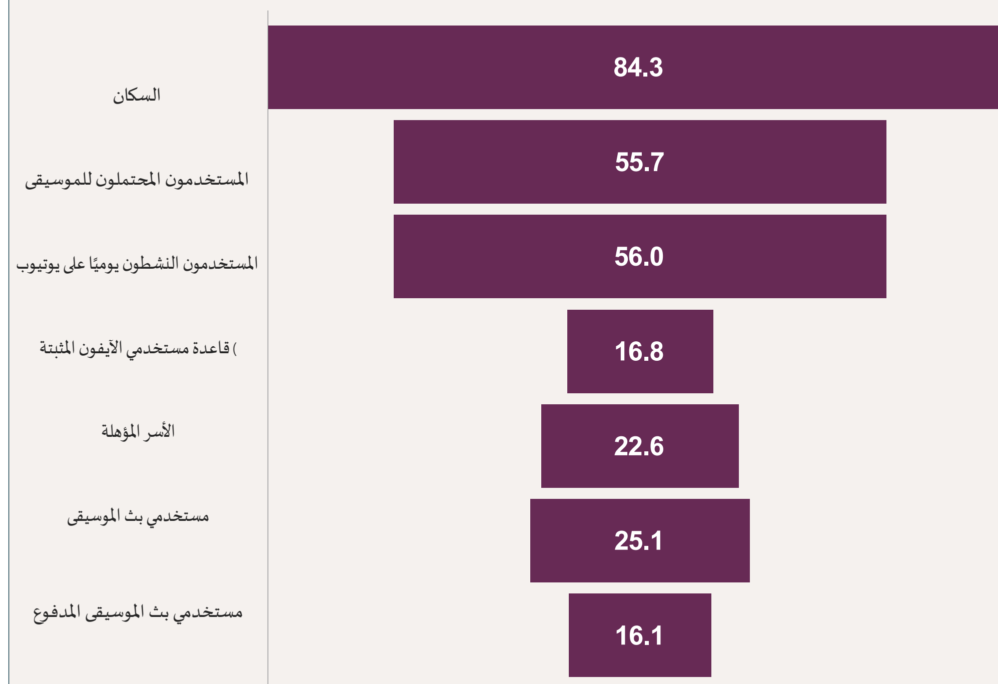


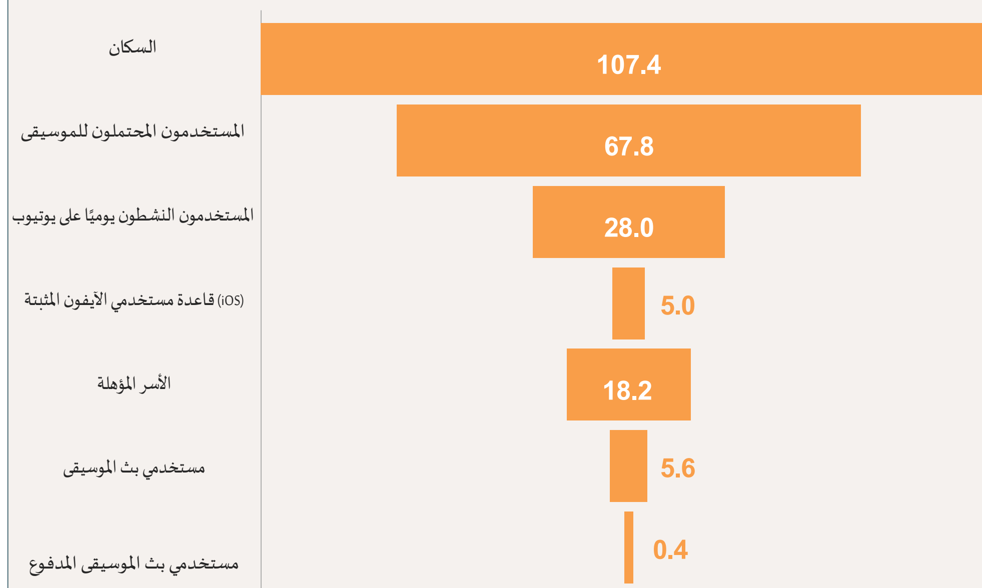

تحديد التطلعات | © الهيئة العامة للموسيقى

بالمقارنة، يبلغ عدد سكان تركيا 84.3 مليون نسمة، منهم 55.7 مليون (68%) يعتبرون قابلين للوصول. كما هو الحال في السعودية، يستخدم جميعهم تقريبًا يوتيوب يوميًا. من الملاحظ أنه رغم أن عدد سكان تركيا يقارب ثلاثة أضعاف عدد سكان السعودية، إلا أن عدد مستخدمي الآيفون فيها أكبر بنسبة 50% فقط. ورغم ذلك، وبفضل التفوق الذي بدأ منذ عقد من الزمان عند إطلاق سبوتيفاي، لدى تركيا 25.1 مليون مستخدم لخدمات بث الموسيقى، منهم 16.1 مليون (64%) مشتركين مدفوعين.

المصدر Omdia.: بيانات السوق الخاصة بالمؤلفين

سوق تركيا القابل للتوجيه في عام 2024 (مليون)





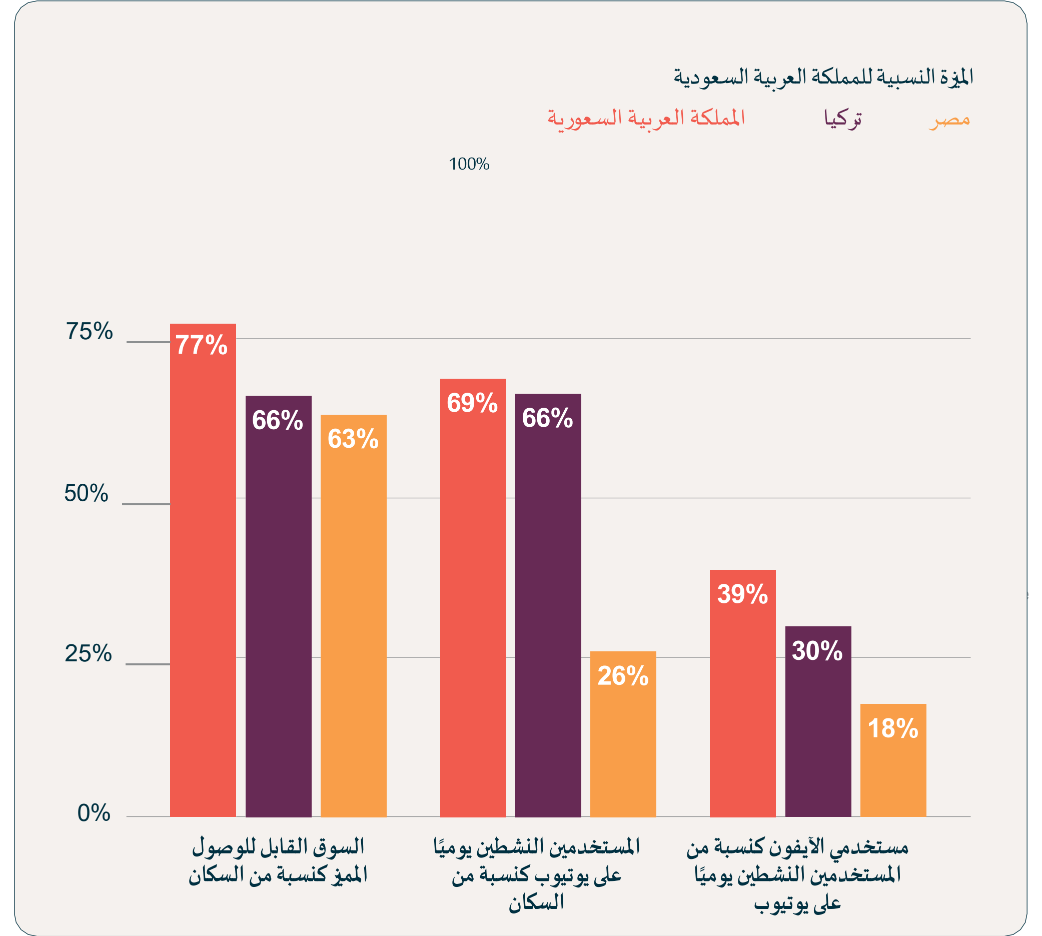

**في المقابل، يبلغ عدد سكان مصر 107.4 مليون نسمة، منهم 67.8 مليون (65%) يعتبرون قابلين للوصول، ويستخدم أقل من نصفهم يوتيوب. قد يفسر عدد مستخدمي الآيفون الذي يصل إلى 5 مليون تحديات مصر في زيادة قاعدة المشتركين في خدمات الموسيقى. حاليًا، يبلغ عدد مستخدمي خدمات بث الموسيقى في مصر 5.6 مليون، منهم 0.4 مليون (23%) فقط مشتركين مدفوعين، وكثير منهم مشتركين في عرض مشترك بين فودافون و أنغامي.**

المصدر Omdia: بيانات السوق الخاصة بالمؤلفين

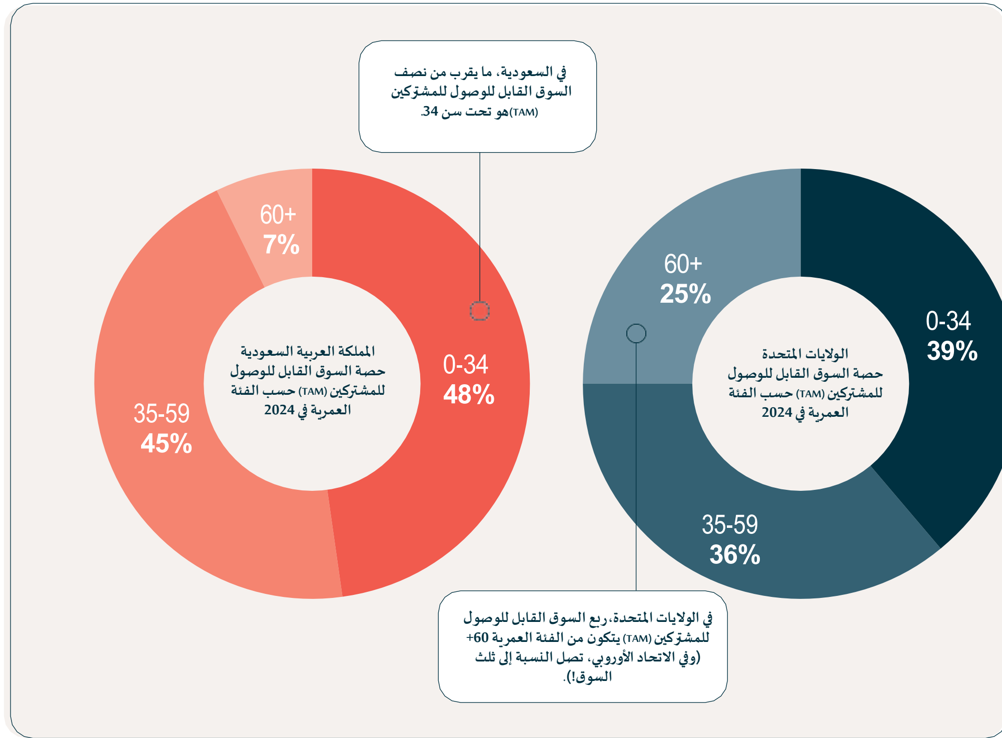
تشير هذه التحليل إلى ثلاث مزايا تنافسية للسعودية مقارنة بكل من تركيا ومصر. فهي تتمتع بـ (1) حصة أكبر من سكانها تعتبر قابلة للوصول لخدمات اشتراك الموسيقى، (2) انتشار أعلى ليوتيوب بينهم، و (3) نسبة أعلى من هذه السوق القابلة للوصول تستخدم الآيفون.

إلى جانب عدة عوامل اقتصادية داعمة (مثل العملة المستقرة)، تشير هذه العوامل إلى أن السعودية تمتلك الأسس اللازمة لصناعة موسيقى مسجلة ناجحة.

المصدر Omdia :، بيانات السوق الخاصة بالمؤلفين





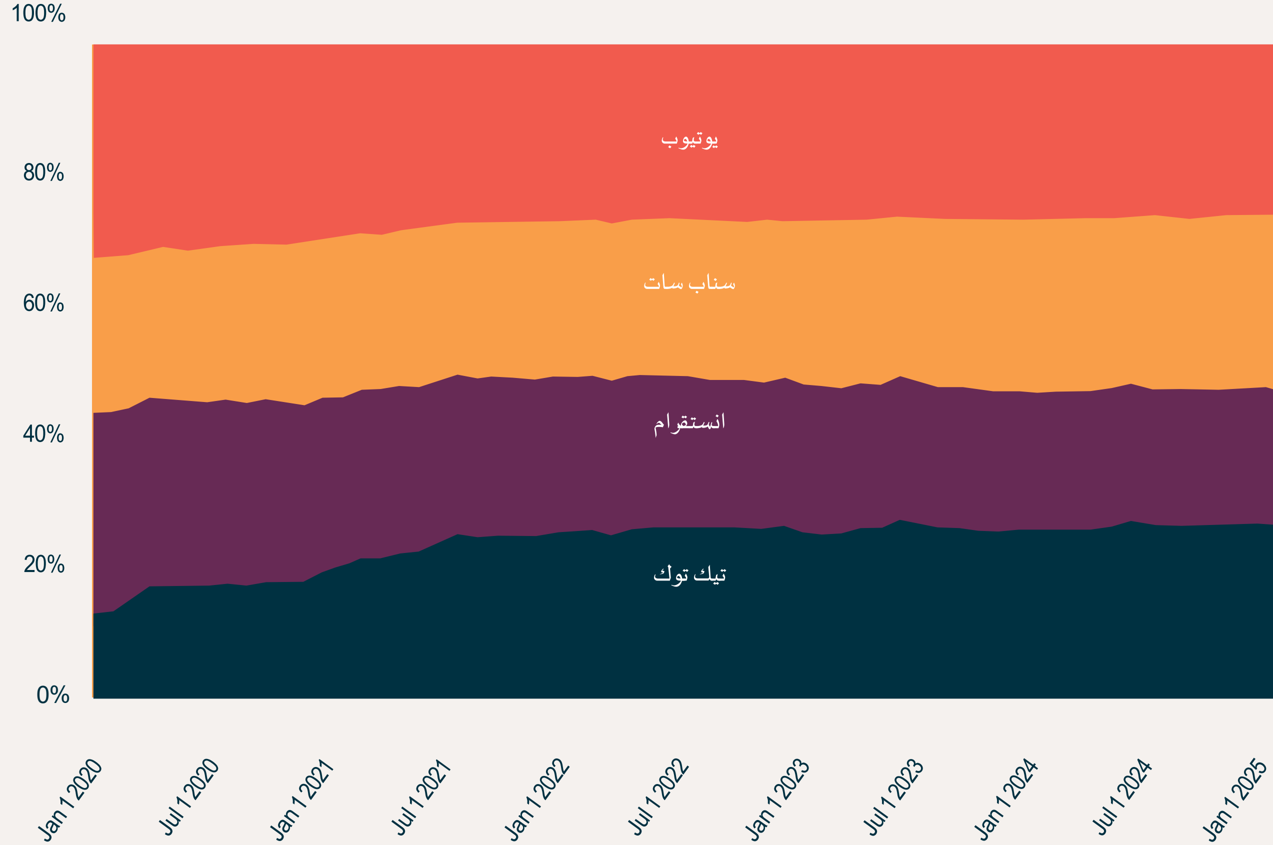






نختتم هذا القسم بالعودة إلى ملخصنا البسيط لإمكانات السوق: سكان السعودية شباب نسبيًا وثراءهم مقارن. الناتج المحلي الإجمالي للفرد في السعودية يعادل 10 أضعاف مثيله في مصر و أقل بقليل من ثلاثة أضعاف مثيله في تركيا. ما يقارب نصف السكان القابلين للوصول في السعودية تحت سن 35 (مقارنة بـ 40% في الولايات المتحدة). فقط 7% من السعوديين أعمارهم 60 عامًا فأكثر (مقارنةً بربع الأمريكيين وحوالي ثلث الألمان والإيطاليين).

المصدر Omdia :، بيانات السوق الخاصة بالمؤلفين

# مشهد وسائل التواصل الاجتماعي




**طريقة أخرى لتحديد إمكانات السوق السعودي هي من خلال فحص مشهد وسائل التواصل الاجتماعي، الذي يتداخل بشكل متزايد مع مشهد الموسيقى المسجلة في جميع أنحاء العالم.**

تتتبع شركة Sensor Tower، الرائدة في تحليلات التطبيقات، عدد المستخدمين النشطين شهريًا لأهم تطبيقات التواصل الاجتماعي. في السعودية، تظهر البيانات أن يوتيوب وسناب شات يتصدران قائمة استخدام التطبيقات، تليهما تيك توك وإنستغرام. جميع هذه الشركات الأربع تمتلك استراتيجيات فعالة لترخيص الموسيقى التي يمكن توسيعها بسهولة عبر منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

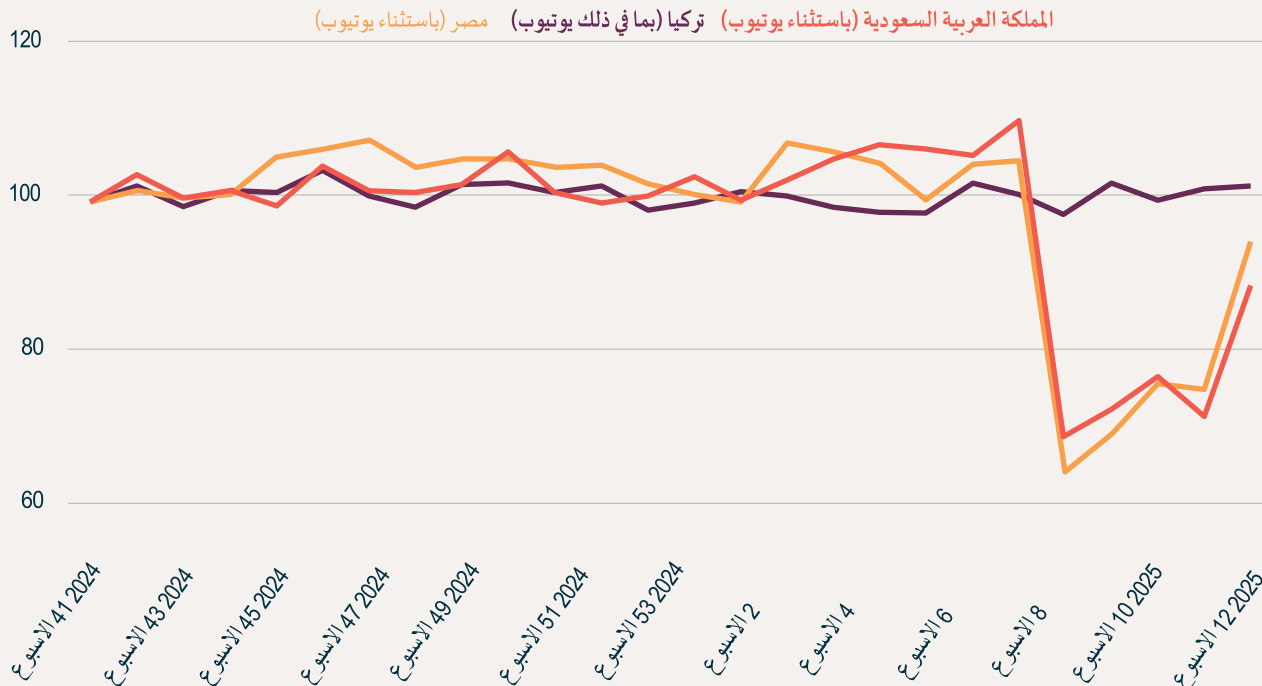
المصدر: Sensor Tower

## مشهد بث الموسيقى

بدأت Luminate Data، المنصة القياسية لقياس الموسيقى في الصناعة، مؤخرًا في تتبع حجم البث في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. نتيجة لذلك، تتوفر البيانات فقط لفترتين ربعيتين (الربع الأول من 2024 والربع الأول من 2025). أحد العيوب الأخرى هو أن بيانات YouTube الخاصة بـ Luminate تتعقب فقط البث في تركيا، ولا تشمل السعودية أو مصر، مما يفسر لماذا تكون أحجام البث في تركيا أكبر بخمسة وأربعين مرة من السعودية ومصر.

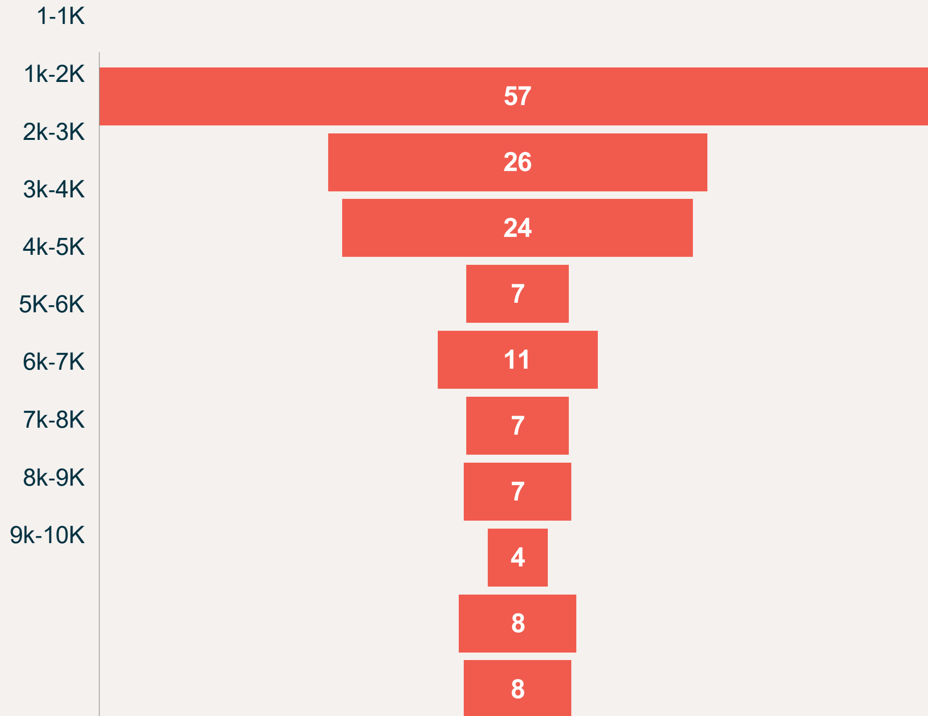
مع ذلك، تقدم الاتجاهات الأسبوعية للبث، سواء بالترتيب أو بالأرقام المطلقة، بعض الرؤى الأولية لصناعة السعودية المستقبلية. أولاً، الأحجام البث في تركيا ثابتة بشكل عام عبر الفترة الزمنية المتاحة، مما يشير إلى أنه بعد عقد من النمو، قد تكون قد وصلت إلى التشبع. ثانيًا، تُظهر كل من مصر والسعودية (مرة أخرى، باستثناء يوتيوب) فقط علامات نمو طفيفة، مما يشير إلى أنه من الضروري المزيد من الاستثمارات (مثل الوقت والعمالة والمال) لدفع المزيد من التفاعل. ثالثًا، الانخفاض الحاد والمفاجئ في حجم البث في منتصف فبراير يُحتمل أن يكون بسبب شهر رمضان.
يُعد هذا الثبات في تركيا مصدر قلق لشركات التسجيل التركية، على الرغم من أنه من الواضح أن فترة زمنية أطول ستوفر استنتاجات إضافية، بينما ستُضيء طبقات جديدة من البيانات الاتجاهات مثل الشعبية حسب النوع الموسيقي. ولكن، الأهم من ذلك هو الانتظار لرؤية كيف ستؤثر إضافة بيانات يوتيوب في السعودية ومصر على هذه الاتجاهات.

**المصدر: Luminate**




بالنسبة للسوق السعودي الناشئ، تمتلك Luminate الآن الأنظمة التالية لخدمات البث الرقمية (DSPs): أنغامي، آبل ميوزيك، سبوتيفاي، أوديوماك، تايدال، بومبلاي، Digital7، و Vevo. لا تُسجل بيانات يوتيوب حاليًا لمصر والسعودية، ولكن من المحتمل أن يتغير هذا في المستقبل.

# مشهد الموسيقى المحلي



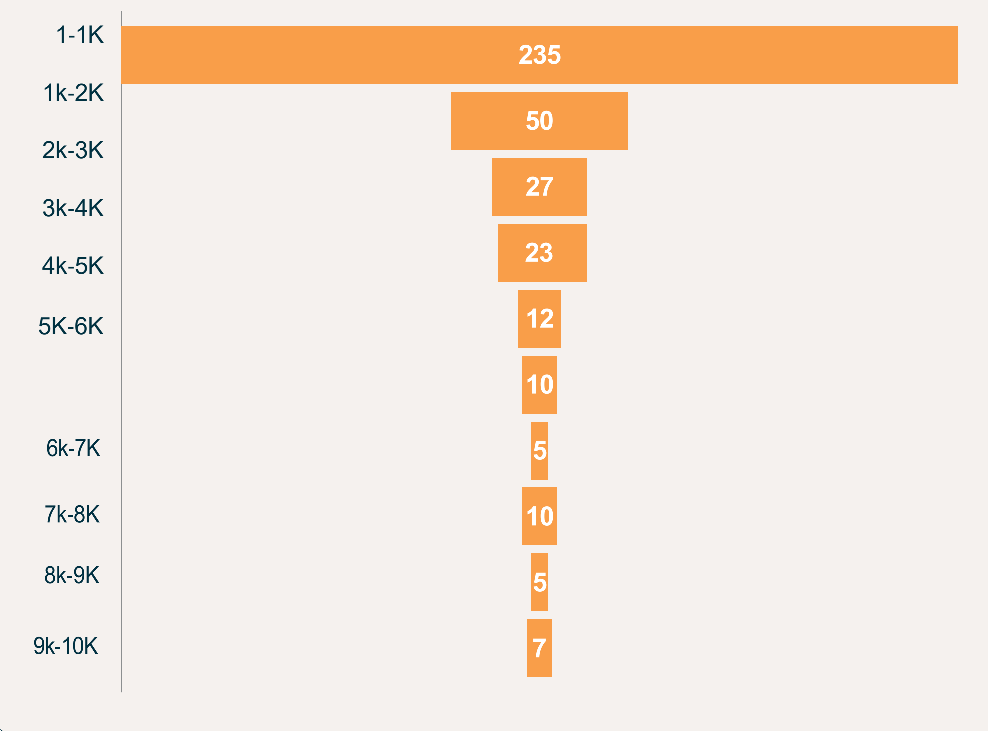

الجزء الأخير من تأسيس أساس السعودية هو وجود وأهمية الموسيقى المحلية. في هذا التحليل، يشير "الوجود" إلى النسبة التي تشكلها فنانو البلد المعني من بين أفضل 10,000 فنان حسب بيانات الاستماع، بينما يُعبّر "الأهمية" عن الشعبية النسبية لهؤلاء الفنانين. الفترة الزمنية التي يتم تحليلها هنا هي الربع الرابع من 2024 والربع الأول من 2025 معًا.

تُظهر الرسوم البيانية التالية أفضل 10,000 فنان في كل دولة (والتي تمثل أكثر من 90% من إجمالي البث) وتعرض عدد الفنانين المحليين في كل فئة. على سبيل المثال، يظهر أعلى فئة كيف أن عدد الفنانين المحليين في الـ 1,000 الأوائل استنادًا إلى سلوك الاستماع المحلي. إذا كانت الرسم البياني يتجه نحو الأعلى، فهذا يعني أن الفنانين المحليين أكثر بروزًا بين الأكثر شهرة —— وهو علامة جيدة.

يوضح الرسم البياني للسعودية أمرين: (1) الوجود منخفض نسبيًا، حيث يوجد فقط 159 فنانًا محليًا من بين أفضل 10,000 (1.59%)؛ ولكن (2) هؤلاء الفنانين يتمتعون بأهمية نسبية، حيث يستحوذون على 5.7% من إجمالي الاستماعات. يتجسد هذا الديناميك في التضخم في الفئات العليا.

لذلك، بينما يكون وجود الفنانين السعوديين في سوقهم منخفضًا، إلا أن أهمية هؤلاء الفنانين تشير إلى إمكانيات كبيرة.

المصدر: Luminate



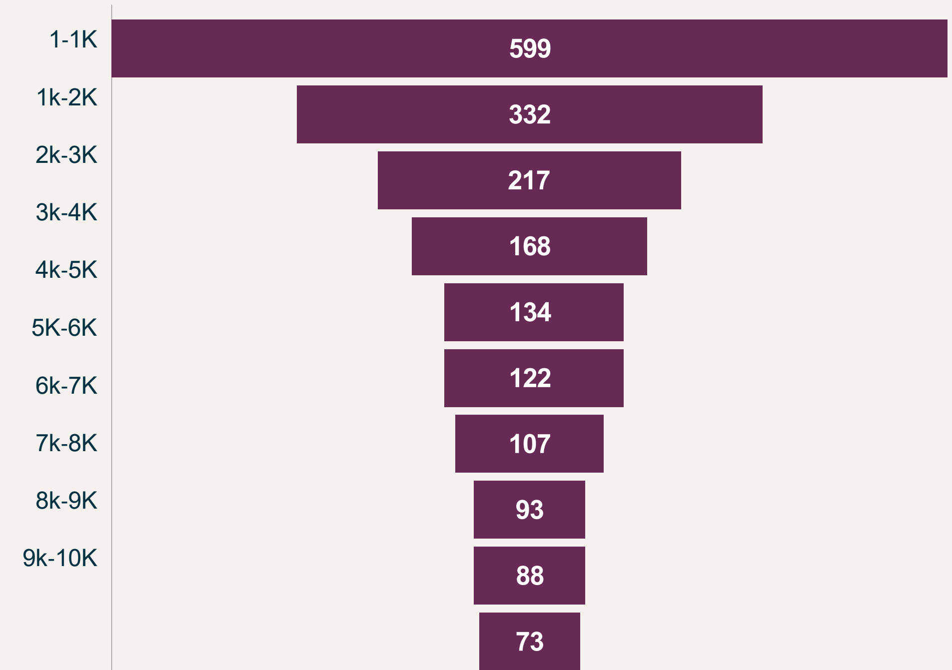

المصدر: Luminate

تتمثل قصة مصر في نمط مشابه من حيث الجودة على حساب الكمية. يظهر فقط 384 فنانًا محليًا في أفضل 10,000 فنان في السوق المحلي (3.84%)، لكنهم أيضًا يتمتعون بأهمية عالية. في الو اقع، استحوذ 235 فنانًا مصريًا في أعلى فئة على نصف إجمالي الاستماعات في البلاد.



وأخيرًا، عند النظر إلى تركيا (التي تشمل بيانات يوتيوب)، تظهر الصورة هيمنة محلية، حيث يشكل الفنانون المحليون حوالي 20% من أفضل 10,000 فنان، ويستحوذون على ثلثي الاستماعات الإجمالية. والأهم من ذلك، أن الفنانين الأتراك يشكلون أكثر من نصف (599) الفنانين في أعلى فئة، ويستحوذون على ما يقرب من 80% من جميع الاستماعات في تلك الفئة العليا. وللمقارنة، تُعد القوة المحلية في تركيا واحدة من الأعلى في العالم وتضاهي الدول مثل اليابان وكوريا الجنوبية والبرازيل.





## أعمدة النجاح الأربعة للسعودية




تستخلص هذه التحليل أربع رؤى إرشادية حول مشهد الموسيقى المسجلة الحالي في السعودية.

أولاً، ديناميكيات سكان السعودية تمنحها ميزة تنافسية، ومن المحتمل أن تزيد هذه الميزة مع نمو الاقتصاد وزيادة الشمولية الرقمية.

ثانيًا، المشهد النشط لوسائل التواصل الاجتماعي في السعودية — الذي يهيمن عليه يوتيوب وسناب شات، ومع تزايد هيمنة تيك توك — يوفر بيئة مناسبة لانطلاق الموسيقى.

ثالثًا، النمو الضئيل في أحجام البث الحالية (باستثناء يوتيوب) يبرز الحاجة إلى الاستثمارات اللازمة لتعزيز التفاعل.

وأخيرًا، تُظهر مصر وتركيا الإمكانيات الكبيرة لتحويل الاستماعات في السعودية لصالح الفنانين السعوديين، مما يسمح بتدفق الأموال التي تدخل إلى منصات خدمات البث الرقمية إلى الشركات المحلية للتسجيل والنشر.

# الطريق إلى نصف مليار دولار



مع تأسيس قاعدة كمية لصناعة الموسيقى المسجلة في السعودية، جنبًا إلى جنب مع عدة أعمدة للنجاح، يجب الآن النظر في كيفية تعريف المستهلكين السعوديين، والمستخدمين، والمبدعين، والحكومة للنجاح. يسمح نموذج اقتصادي (مفصل في الصفحة 29) لهذه الأطراف المختلفة بطرح (والإجابة على) الأسئلة الديناميكية، الآن وطوال الفترة التي تسبق اللحظة الحاسمة عندما يستضيف كأس العالم في السعودية عام 2034.

# المستهلكون

يجب إقناع المستهلكين بأن دفع المال مقابل الموسيقى المسجلة يستحق العناء. تتراوح استراتيجية التسعير الحالية لسبوتيفاي في السعودية من 10.99 ريال للطلاب إلى 33.99 ريال للعائلات. أما تسعير يوتيوب فهو مشابه، رغم أنه يشمل محتوى الفيديو. عند التركيز على السعر الفردي فقط، فإن كل من سبوتيفاي (21.99 ريال) ويوتيوب (26.99 ريال) يكلفان حوالي نصف تكلفة نيتفليكس (49.00 ريال). في الولايات المتحدة، الفارق بين سبوتيفاي ونيتفليكس أقل (11.99$ مقابل 17.99$) ومن المتوقع أن يتقلص أكثر.

عند التركيز على نقطة السعر الفردي لسبوتيفاي 21.99 ريال، من المفيد طرح ثلاث أسئلة (i): ماذا لو كان الفارق السعري بين سبوتيفاي ونيتفليكس مماثلاً لما هو عليه في الولايات المتحدة؟ (ii) ماذا لو كان نسبة السعر إلى مستوى الدخل تساوي تلك في الولايات المتحدة؟ وأخيرًا (iii) ماذا لو استخدمنا "إرشادات بيغ ماك" بالنسبة لأسعار الصرف لتقدير السعر الذي يجب أن يكون؟ في جميع الحالات الثلاث، هناك مجال لزيادة الأسعار.

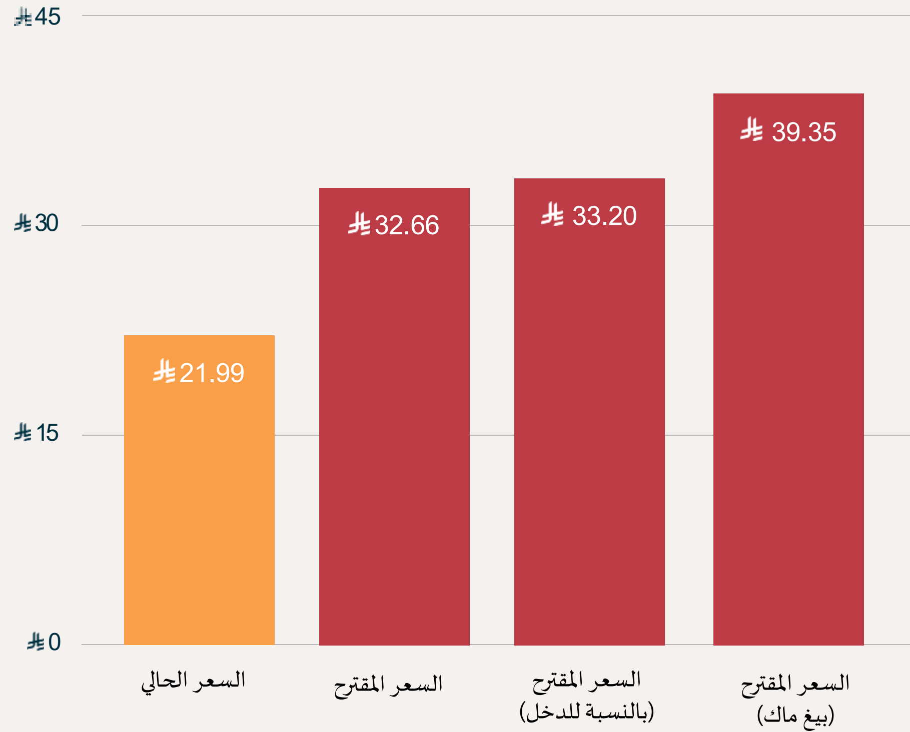
| سبوتيفاي بريميوم | طالب | فردي | دويتو | عائلي |
|---|---|---|---|---|
| المملكة العربية السعودية | 10.99 | 21.99 | 28.99 | 33.99 |
| مصر | £34.99 | £69.99 | £89.99 | £109.99 |
| تركيا | ₺32.99 | ₺59.99 | ₺79.99 | ₺99.99 |
| الولايات المتحدة | $5.99 | $11.99 | $16.99 | $19.99 |

| يوتيوب بريميوم | موسيقى الطالب | سبوتيفاي بريميوم للطلاب | فردي | الخطة العائلية |
|---|---|---|---|---|
| المملكة العربية السعودية | 10.99 | ⃁15.99 | 26.99 | 49.99 |
| | | | | |
| مصر | £27.99 | £38.99 | £65.99 | £119.99 |
| تركيا | ₺32.99 | ₺52.99 | ₺79.99 | ₺159.99 |
| الولايات المتحدة | - | $7.99 | $13.99 | $22.99 |

| نتفلكس | أساسي | قياسي | بريميوم |
|---|---|---|---|
| المملكة العربية السعودية | 35.00 | ⃁49.00 | 71.00 |
| مصر | £100.00 | £170.00 | £240.00 |
| تركيا | ₺149.99 | ₺229.99 | ₺299.99 |

# مقدمة في PCP

صيغة PCP (التسعير المقارن للصفحة)، والتي سُميت على اسم المؤلف، تسأل عما إذا كان السعر في البلد" X مرتفعًا جدًا، منخفضًا جدًا أو مناسبًا" عند مقارنته بسعر بلد أكثر نجاحًا مثل Y. في هذا المثال، نقارن السعر النسبي في السوق الناشئة في السعودية مع السوق المتطور في الولايات المتحدة. يأخذ PCP في الاعتبار القدرة الإنفاقية النسبية عبر مجموعة من السلع (وليس فقط بيغ ماك) ويتحكم في تأثيرات العملات.






التسعير مهم. سيقوم أصحاب الحقوق بمراجعة ما إذا كان السعر يقدر حقوق الطبع والنشر الخاصة بهم بشكل مناسب أو إذا كان يترك أموالًا على الطاولة. ستقلق منصات خدمات البث الرقمية (DSPs) بشأن معدلات التحول، خاصة عندما يكون السوق في مرحلة ناشئة. سيتبع المستهلكون ميزانية ذهنية — حب الأرقام المستديرة والوعي بالبدائل. ما يقوله لنا هذا التحليل هو أن الأطراف المعنية يمكنها زيادة الأسعار بثقة — مما يجلب مزيدًا من الأموال التي يمكن إعادة استثمارها في صناعة الموسيقى المسجلة في السعودية.

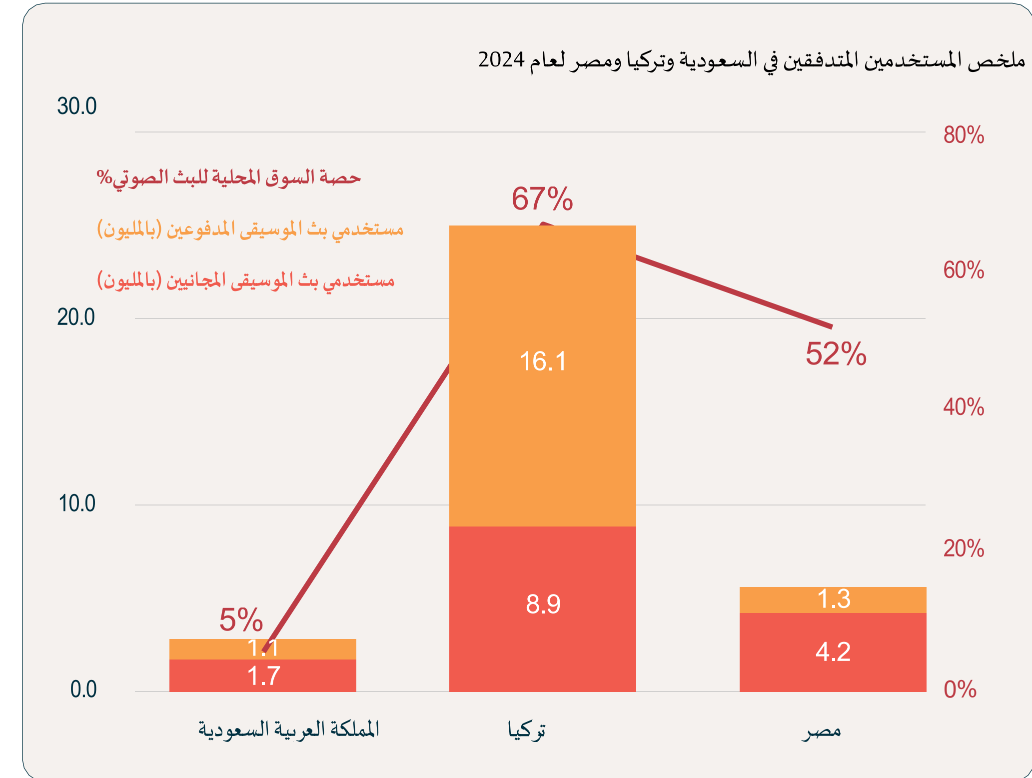
المصدر: The Economist

إذا كان سعر سبوتيفاي في السعودية ليعكس الفارق بين سبوتيفاي ونيتفليكس في الولايات المتحدة، فإن الأسعار ستزداد بنسبة 48%. بدلاً من ذلك، إذا تم ربط السعر مع الأرقام الأمريكية بناءً على مستويات الدخل، فسيزيد السعر بنسبة 50%. وأخيرًا، من خلال الاعتماد على "بيغ ماك" وملاحظة أن سعر شهر واحد من سبوتيفاي في أمريكا يعادل سعر بيغ ماكين، فإن السعر سيرتفع بنسبة تقارب 80%.

# منصات البث

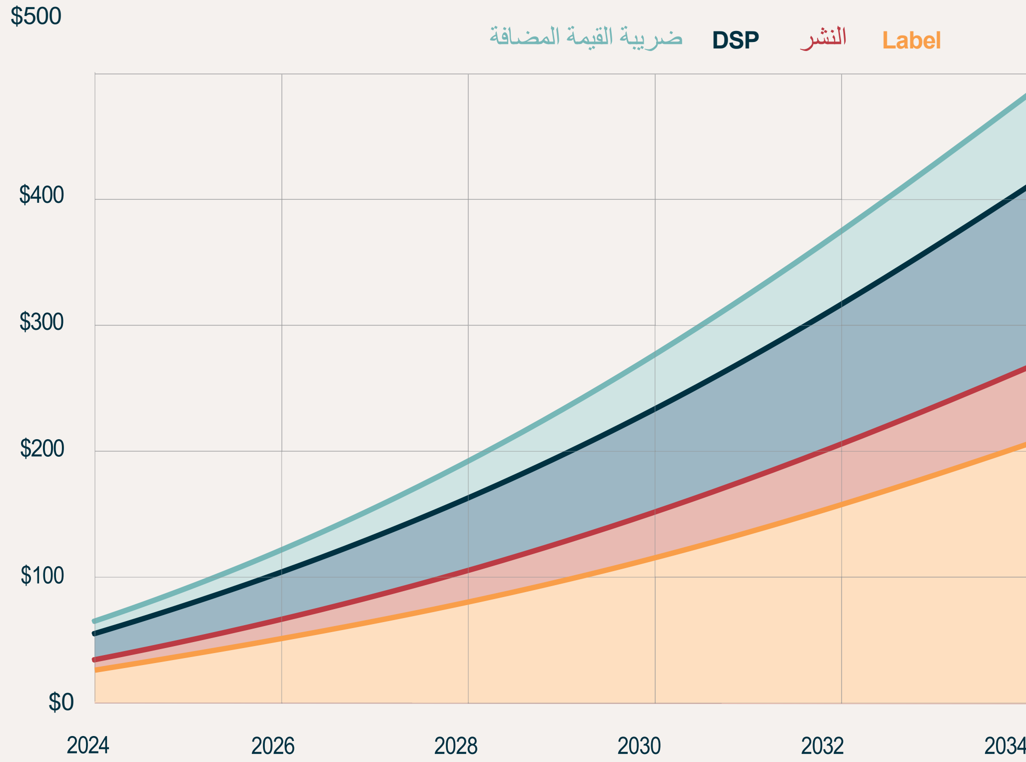
بالنسبة لمنصات البث، إذا كانت السعودية تحاكي النجاح التجاري لتركيا في تحويل عشاق الموسيقى إلى مشتركين مدفوعين بحلول موعد كأس العالم، فإنها ستصل إلى 13.5 مليون مستخدم للموسيقى، منهم 8.7 مليون مشترك مدفوع. بالنظر إلى التفوق الذي حققته تركيا على مدار عقد من الزمن، فإن الوصول إلى هذا الهدف من المشتركين يعد أمرًا قابلًا للتحقيق.






## كيف قمنا بنمذجة طريقنا إلى نصف مليار دولار

يتبع هذا النموذج الاقتصادي نهجًا من الأسفل إلى الأعلى لتوقع إيرادات صناعة الموسيقى المسجلة في السعودية. يعتمد على مقاييس إيرادات المتوسط لكل مستخدم المدفقة حاليًا عبر الطبقات المجانية والمدفوعة، ثم يتم تكبيرها لتشمل حقوق النشر، وهوامش البث، وضريبة القيمة المضافة






كما ذُكر، النموذج الاقتصادي الذي يستند إليه هذا التوقع هو نموذج ديناميكي. وهذا يسمح بإجراء التعديلات التي توفر إجابات على أسئلة مثل: ماذا لو تسارعت عملية التحويل من الطبقات المجانية إلى المدفوعة؟ أو إذا كانت الأسعار يمكن أن ترتفع أكثر دون أي دليل على التحول في المستخدمين. في كلا الحالتين (وحالات أخرى)، من الممكن أن تصل السعودية إلى علامة نصف مليار دولار أسرع من السيناريو الأساسي في هذا التقرير.

# شركات التسجيل والنشر في السعودية

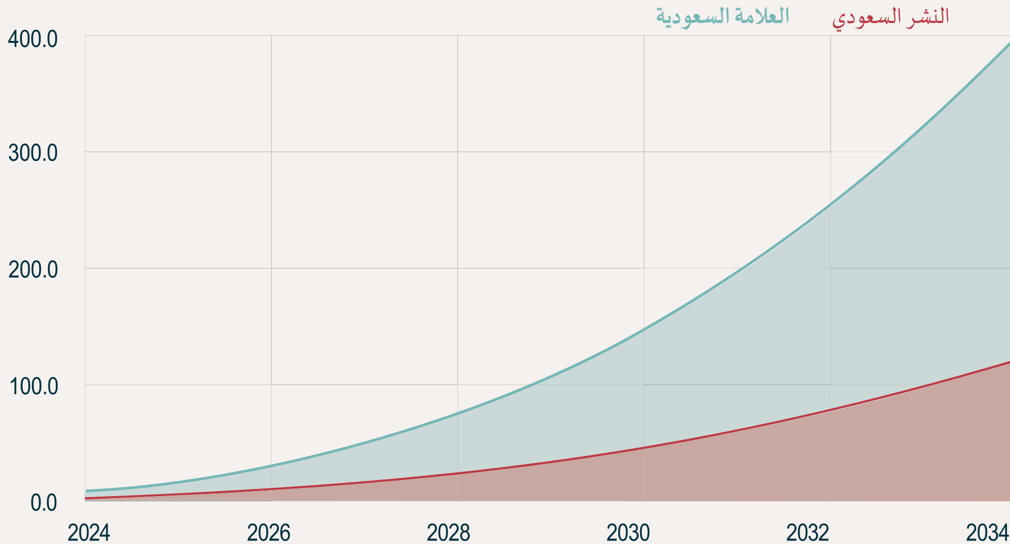
**لتقييم مقدار الأموال التي ستعود إلى شركات التسجيل والنشر السعودية من نصف مليار دولار، من المفيد النظر مرة أخرى إلى مصر. وللقيام بذلك، سنقوم بتحويل التحليل من الدولار الأمريكي إلى الريال السعودي (SAR) بشكل حدسي.**

تذكر أنه في مصر، مثل السعودية، كان الوجود منخفضًا (أقل من 5% من أفضل 10,000 فنان كانوا مصريين)، لكن الأهمية كانت عالية (أكثر من نصف الاستماعات المحلية كانت للموسيقيين المصريين). هذا يشير إلى مسار قابل للتطبيق حيث تتنافس السعودية على الأغاني الناجحة (الجودة) بدلاً من الإنتاج (الكمية). إذا حدث هذا، وكان من الممكن للسعودية محاكاة النجاح الثقافي المصري، فإنه من الممكن أن يتدفق أكثر من 400 مليون ريال إلى أصحاب الحقوق المحليين بحلول عام 2034.

نظرًا لأن هذا الرقم هو المدفوعات الإجمالية، وليس التحصيلات الصافية، فإن الرقم الحقيقي للنُشَر يبقى غير مؤكد لأنه لا يأخذ في الاعتبار تكلفة التحصيل الخاصة بهم.

سيتضح الوضع عندما تقدم الهيئة السعودية للملكية الفكرية (SAIP) البنية التحتية للإدارة الجماعية اللازمة لإدارة حقوق المؤلفين بشكل صحيح وفعال. قد تكون تكلفة الإدارة كبيرة — في الأسواق الغربية، يُهدر خُمس الإيرادات الإجمالية بسبب تكاليف الإدارة.

بالاعتماد على الرقم الذي يقدر بـ 8.7 مليون مشترك، بحلول عام 2034، سينفق المستهلكون السعوديون أكثر من نصف مليار دولار على الموسيقى المسجلة. ولتوضيح ذلك في سياق اليوم، سيضع هذا السعودية ضمن أكبر 20 سوقًا على مستوى العالم — بما يعادل أسواق مثل السويد حاليًا.



من الأهمية بمكان أن نلاحظ أن البث المحلي ليس هو الجزء الوحيد من اقتصاد الموسيقى في السعودية. أيضًا، هناك الصادرات، والموسيقى الحية، والوظائف التي تساهم بشكل كبير. باستخدام نموذج تنبؤ منفصل، من الممكن تقدير الإيرادات عبر كل من هذه الفئات، مع افتراض مستوى معين من النجاح لسوق الموسيقى المسجلة المحلية. بشكل عام، كلما زاد وجود شركات التسجيل المحلية والمستخدمين المحليين في السعودية، زادت الأرقام في كل من هذه الفئات.

افتراضًا أنه مقابل كل ريال سعودي يُتوقع أن يتم توليده محليًا من قبل الفنانين المحليين، يتم توليد 25% إضافية من الإيرادات في الخارج، فإن شركات التسجيل والنشر السعودية ستشهد إضافة 100 مليون ريال سنويًا. علاوة على ذلك، فإن هذا النجاح المحلي والدولي للموسيقى المسجلة السعودية سيؤدي إلى زيادة في الطلب على العمالة. اليوم، توظف صناعة الموسيقى المسجلة في السعودية أقل من 500 مدير تنفيذي، ومن المحتمل أن ينمو هذا العدد بشكل كبير بحلول عام 2034.



**صادرات الموسيقى العربية:** شكل المستقبل

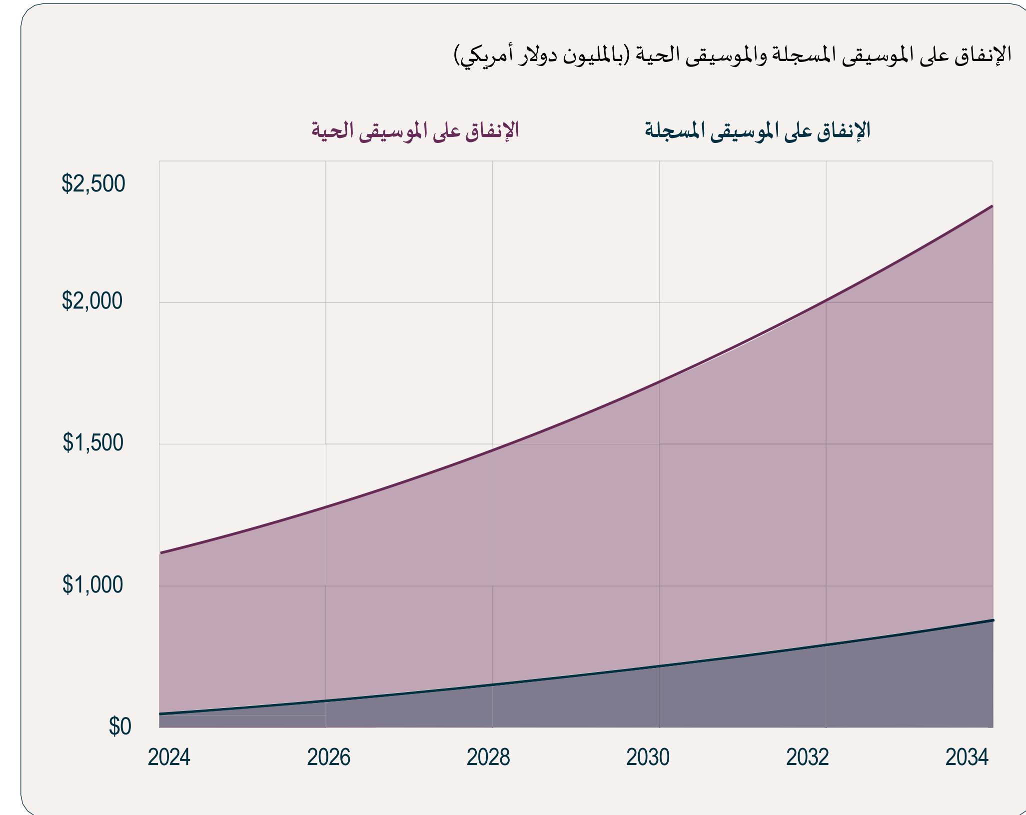
تتبع Luminate Data الموسيقى الناطقة بالعربية خارج منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، مما يسمح لنا بتقدير إمكانياتها التصديرية. خذ على سبيل المثال فرنسا (سادس أكبر سوق موسيقى في العالم)، حيث تعد اللغات الأكثر شيوعًا في الموسيقى هي الفرنسية، الإنجليزية، الإسبانية، والإيطالية. في 2024، تجاوزت اللغة العربية البرتغالية لتصبح الخامسة. ومن المحتمل أن ترتفع أكثر في السنوات القادمة.

كما يمكننا تصنيف أفضل الفنانين العرب حسب صادراتهم واستكشاف الأسواق التي تُستمع فيها موسيقاهم. ومن غير المفاجئ أن تتصدر شيرين المصرية القائمة. ما يثير الدهشة هو سوقها التصديري الأول : إندونيسيا .في المركز الثاني يأتي الر ابر الجز ائري سولكينغ، حيث يُعد سوقه الأول فرنسا .أما الميدالية البرونزية فذهب إلى سعد لمجرد من المغرب، مع سوقه الأول في الهند .الموسيقى العربية حقًا عالمية في نطاقها.

أخيرًا، نأخذ في الاعتبار صناعة الموسيقى الحية المزدهرة في السعودية. على سبيل المثال، مهرجان MDLBEAST's Soundstorm الذي يقام في منتصف ديسمبر ويستقطب أكثر من 400,000 زائر — القليل من الفعاليات في أوروبا يمكن أن تضاهي هذا العدد.

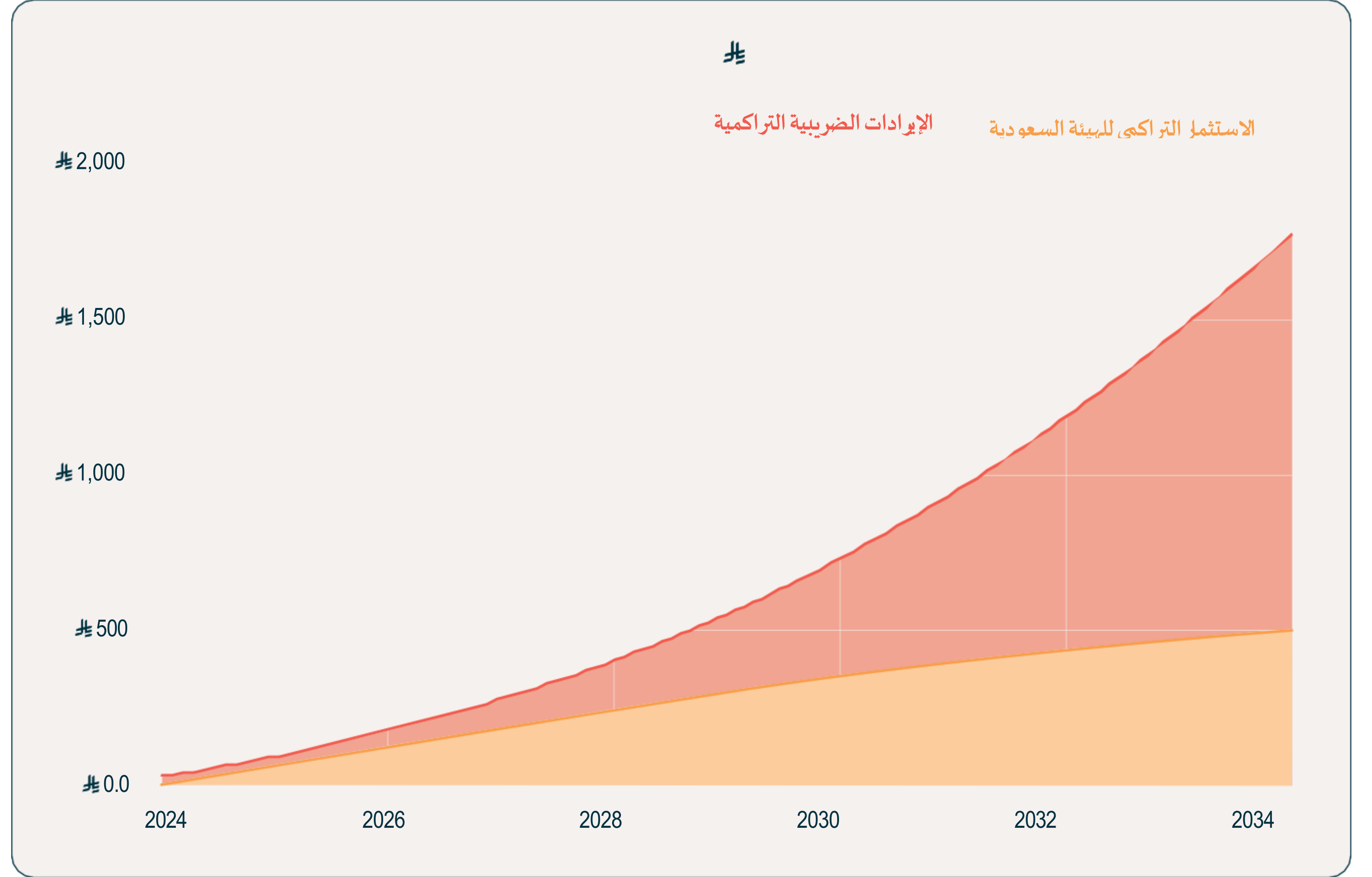
ومع ذلك، هناك قلة من البيانات المتاحة حول صناعة الموسيقى الحية في السعودية، لذا تم بناء التقديرات بناءً على نهجين. أولًا، قدّرت Astute Analytica قيمة سوق الترفيه والترفيه السعودي بشكل عام بمبلغ 2.08 مليار دولار أمريكي في 2024. ويعتقد الخبراء في الصناعة أن ثلث هذا الرقم يعود إلى الموسيقى الحية. ثانيًا، للتحقق من هذا التقدير، يمكننا أخذ قيمة الملاعب والمهرجانات في المملكة المتحدة وتعديلها بناءً على عدد سكان السعودية الأقل والناتج المحلي الإجمالي للفرد الأقل. كلا النهجين يؤديان إلى حوالي 700 مليون دولار، ومن المتوقع أن ينمو هذا بمعدل نمو سنوي مركب يبلغ حوالي 10% سنويًا. هذا يعني أن صناعة الموسيقى الحية ستصل إلى 1.8 مليار دولار بحلول عام 2034.





## وزارة الثقافة

وأخيرًا، هناك مصالح الدولة السعودية، التي يجب أن تتأكد من تحقيق عائد كافٍ لإجراء الاستثمار اللازم. تطلب الهيئة العامة للموسيقى نصف مليار ريال سعودي على مدى العقد القادم للاستثمار في المبادرات التي تدعم قطاع الموسيقى المسجلة، مع الحاجة إلى 60 مليون ريال في كل من السنوات الخمس الأولى لتغطية البنية التحتية الأولية، ثم الانخفاض إلى 30 مليون ريال بحلول عام 2034. من خلال تقدير هذه النفقات والإيرادات الضريبية الناتجة على مدار العشر سنوات حتى كأس العالم 2034، يُتوقع جذب 1.8 مليار ريال من الإيرادات الضريبية ــــ وهو ما يعادل أكثر من ثلاثة أضعاف ما سيتم استثماره.





## الفوائد المتتالية للتأثير الثقافي

بعيدًا عن هذا التوقع لقطاع الموسيقى المسجلة في السعودية، يمكن أن يحفز نجاح صناعة الموسيقى التنمية الاقتصادية في قطاعات أخرى، مثل السياحة، والنقل، والعقارات. علاوة على ذلك، فإن القوة الناعمة للتأثير الثقافي التي ستترتب على شهرة الفنانين السعوديين عالميًا ستعزز من جيل جديد من السعوديين لدعم هويتهم. لا يمكن التعامل مع هذا كحاشية جانبية فحسب، ولا يمكن توضيحه بشكل أفضل من قبل المؤلف، لذا ندعو خبيرًا عالميًا مرموقًا لمشاركة سبب أهمية الموسيقى أكثر مما يمكن قياسه عادة.

# مركز نظم الموسيقى

غير مباشرة، ومستحثة .لتوضيح ذلك، تخيل أنك تزرع بذرة. أولًا، تنمو لتصبح شجرة — هذه هي الفائدة المباشرة. ثم، يأكل الناس ثمارها — هذه هي الفائدة غير المباشرة. أخيرًا، وجودها يغذي النظام البيئي — هذه هي الفائدة المستحثة.

الجدول أدناه يوضح ذلك بشكل أكبر.

لتوضيح الفوائد متعددة الأوجه التي يمكن أن يحققها تطوير صناعة الموسيقى على التنمية الاقتصادية، يستند هذا التقرير الآن إلى تصنيف شرحه شين شابيرو، مؤسس مركز نظم الموسيقى غير الربحي وأحد الخبراء البارزين في هذا المجال. يقسم شابيرو هذه الفوائد إلى ثلاث فئات :مباشرة،

| أمثلة | | | |
|---|---|---|---|
| **الفوائد المستحثة** | **الفوائد غير المباشرة** | **الفوائد المباشرة** | |
| دمج الفوائد المباشرة والمستحثة، بالإضافة إلى الفوائد الإضافية للاقتصاد، مثل تأثيرها على المطاعم المحلية، ووسائل النقل، والضيافة، والقطاعات المساعدة الأخرى | اللوجستيات والتوزيع؛ استخدام/اشتراكات منصات خدمات البث الرقمية (DSPs)؛ العلاقات العامة، والإعلانات، والوكالات الأخرى؛ الإنفاق الناتج عن الوظائف الجديدة يتدفق عبر الاقتصاد بشكل عام | الوظائف (الموسيقيون، المنتجون، المهندسون، مدراء الاستوديو، المسوقون، الموزعون، المديرون)؛ شراء الآلات الموسيقية وتصنيعها | صناعة الموسيقة المسجلة |
| النشاط الاقتصادي الإضافي، مثل النمو في صناعة المعدات المسرحية والقطاعات المساعدة الأخرى، التي لم تكن لتحدث لولا ذلك | الفنادق، المطاعم، سيارات الأجرة الصغيرة، حجز الرحلات الجوية، شراء البضائع، شركات بيع التذاكر | **مبيعات التذاكر؛ دخل الفنانين؛ عمولات الوكلاء؛ رسوم المنظمين؛ الضرائب المباشرة من كل حدث؛ الموردون المحليون (مثل خدمات الطعام، اللوجستيات، التنظيم، النقل)** | صناعة الموسيقى المباشرة |

تقدم كوريا الجنوبية دراسة حالة توضيحية، حيث نمت صناعتها الموسيقية من عدم وجود تقريبًا إلى قوة عظمى عالمية مدفوعة بـ"الكي-بوب" في غضون ثلاثة عقود فقط. النتيجة المدهشة، التي سيتم توضيحها أدناه، هي أن كوريا الجنوبية أصبحت واحدة من أربعة دول فقط تصدّر الموسيقى على مستوى العالم.

## دراسة حالة مركز نظم الموسيقى على كوريا

### صناعة الموسيقى المسجلة في كوريا

في عام 1996، كان إنشاء الموسيقى المسجلة غير قانوني في كوريا الجنوبية. اليوم، هذه النتيجة هي ثمرة سياسة حكومية **IFPI** تقدر قيمتها بـ754 مليون دولار، وفقًا لـ متعمدة للاستثمار في الموسيقى والتعليم الثقافي كجزء من التنمية الاقتصادية، استجابةً للنمو الاقتصادي المتباطئ الذي أدى في النهاية إلى طلب إنقاذ من صندوق النقد الدولي في 1997. كان أول استثمار للبلاد في التعليم الموسيقي وتطوير الصناعة في عام 1999، وأول نجاح عالمي لها، "غانغام ستايل"، وصل في 2012. الآن، يضخ المستثمرون الأموال في شركات الترفيه الكورية الجنوبية، ويستمر **كي-بوب** في التوسع عالميًا حتى مع تراجع الاستهلاك في كوريا —— وهو مؤشر صحي على نمو صناعة الثقافة.

### صناعة الموسيقى الحية في كوريا

تركز صناعة الموسيقى الحية في كوريا على الصادرات. بما في ذلك الموسيقى المسجلة والحية، وبناءً على مؤشر **قوة الصادرات من Luminate**، فإن قدرة التصدير الخاصة بها تحتل المرتبة الرابعة عالميًا. هذا يعني أن دولة صغيرة نسبيًا (من حيث عدد السكان) تتنافس على جذب الانتباه العالمي —— سمكة صغيرة تزدهر في بركة كبيرة. وهذه هي نتيجة لعقدين من الاستثمارات من القطاعين العام والخاص في تطوير المواهب المحلية، واستيراد الخبرات الدولية، وخلق نهج متكامل بين التنمية الاقتصادية والسياحة.

**أخيرًا، يقدم شامبيرو تحليلات إضافية باستخدام المضاعفات الاقتصادية، حيث يتسبب التغيير الأولي في جزء من الاقتصاد (مثل الموسيقى) في تحفيز تغيير أكبر في الاقتصاد بشكل عام. ويفترض أن هذه المضاعفات هي 1.3 للموسيقى المسجلة و1.5 للموسيقى الحية. باستخدام هذه الأرقام، بحلول عام 2034، ستكون قيمة صناعة الموسيقى المسجلة والموسيقى الحية 3.4 مليار دولار في ذلك العام فقط —— أي خمسة عشر مرة من الاستثمار الأصلي.**

# الوقت يبدأ الآن

لقد استعرضنا الأدبيات، وضعنا الأسس، وقمنا ببناء التوقعات لصناعة الموسيقى في السعودية. إذا كانت السعودية ستتمكن من تحقيق إمكاناتها قبل وصول كأس العالم، فإن هناك حاجة واضحة للتركيز والاتجاه. تساعد الأهداف والنتائج الرئيسية (OKRs) في تحقيق ذلك. توضح الأهداف ما يُقصد إنجازه، بينما توضح النتائج الرئيسية كيفية تقييم ما إذا كان التقدم قد تم إحرازه (أو تم تحقيقه).

OKR الثاني المقترح يهدف إلى المبدعين، وذلك لزيادة الاهتمام بشركات يمكن تطبيق الأهداف والنتائج الرئيسية (OKRs) لتسريع صناعة الموسيقى المسجلة في السعودية عن طريق تحديد الأهداف المختلفة للمستهلكين والمبدعين. إحدى الخيارات هي الاستفادة مجددًا من بيانات Luminate، التي تستفيد من الاستطلاعات التفصيلية التي تُجرى عبر منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، والتي تُقسم حسب الفئة العمرية.

أول OKR مقترح يهدف إلى تسريع اشتراكات الموسيقى بين المستهلكين. يسأل استطلاع Luminate الأشخاص الذين لا يدفعون حاليًا عن احتمالية بدء الدفع مقابل خدمة اشتراك موسيقى. ومن اللافت أن 41% منهم يقولون إنهم من المحتمل أن يدفعوا. ومن المهم أن السعودية تتفوق على مصر وتركيا في هذا الجانب. هدف معقول سيكون رفع هذه النسبة إلى أكثر من 50% خلال عامين، وذلك عبر جميع الفئات العمرية، خاصة الأجيال الأكبر سناً، الذين هم الأكثر احتمالاً لدفع الفاتورة. من المحتمل أن يضع هذا السعودية على الطريق لمضاهاة النجاح التجاري لتركيا.

المستهلكون السعوديون المستعدون للدفع مقابل البث 41% : من السكان بشكل عام، حسب الفئة العمرية.

| الفئة | النسبة |
| --- | --- |
| الجيل زد (Gen Z) | 41% |
| الجيل الألفي (Millennials) | 48% |
| Gen X & Boomers | 33% |

Luminate تصنف الإجابات إلى ثلاث فئات:

(i) الجيل زد (Gen Z) وهو الفئة المولودة بين 1997 و 2009؛

(ii) الجيل الألفي (Millennials) الذين وُلدوا بين 1981 و 1996؛

(iii) مزيج من الجيل X المولود بين 1965 و 1980 و الجيل الكبير (Boomers) المولودين بين 1946 و 1964.

الـ OKRالثاني المقترح يهدف إلى المبدعين، بهدف زيادة الاهتمام بشركات التسجيل والنشروالفنانين وكتّاب الأغاني المحليين في السعودية. حاليًا، يقول 36% من المشاركين في الاستطلاع أنهم يفضلون الاستماع إلى الموسيقى من بلدهم وباللغة/اللهجة المحلية. مرة أخرى، تكون درجة السعودية أعلى من تلك في مصروتركيا، مما يدعم الملاحظة بأن الطلب يتجاوز العرض. هدف معقول سيكون رفع هذه النسبة إلى أكثر من 50% خلال عامين، وذلك عبرجميع الفئات العمرية. هذا سيوجه السعودية نحو مسارلمضاهاة النجاح الثقافي لمصر.



**اهتمام السعوديين بالفنانين المحليين** "36% : من السكان بشكل عام يفضلون الاستماع إلى الموسيقى بلغتهم أو بلهجاتهم المحلية."

(Gen Z )
**41%**

(Millennials )
**37%**

Gen X & Boomers
**30%**

إذا كانت هذه الأهداف الخاصة بالمبدعين ستتحقق، فسيحتاج الهيئة السعودية للموسيقى إلى تطوير مشاريع رئيسية تهدف إلى زيادة عدد المبدعين من كتّاب الأغاني والفنانين المؤدين، لتوسيع إنتاج الموسيقى المحلية وتعزيز القدرة على التنافس على جذب الانتباه. ستُظهر البيانات الخاصة بالنتائج الرئيسية المحدثة مدى تأثيرهذه الاستراتيجية في تحقيق التقدم المنشود.

الهدف الرئيسي من هذا العمل يمكن وصفه بشكل عام بإقناع تسعة ملايين سعودي بالدفع مقابل الموسيقى. بالنظر إلى نجاح تركيا خلال السنوات العشر الماضية، فإن هذا الهدف يبدو قابلاً للتحقيق للسعودية خلال السنوات العشر المقبلة. لكن ذلك سيحتاج إلى شراكة بين الهيئة السعودية للموسيقى ومنصات البث العالمية — وخاصة يوتيوب .بالنظر إلى الطبقة المجانية على يوتيوب كوسيلة لتحويل المستخدمين إلى مشتركين، فإن هناك بالفعل 25 مليون سعودي في متناول اليد.

بمجرد تحقيق هذه الأهداف الأولية ودعم الأغلبية عبر جميع الفئات العمرية لدفع مقابل الموسيقى والاستماع إلى الفنانين المحليين، يمكن تكرار عملية .OKRبدلاً من الاستطلاعات، يمكن تحديد OKRsمعدلة بناءً على تحقيق حجم معين من النمو الصافي في عدد المشتركين (الذي يأخذ في اعتباره معدل التحول). بالمثل، من خلال العمل مع Luminate Data، يمكن تحديد OKRلحجم الإصدارات من الفنانين المحليين.



أخيرًا، فإن الظاهرة التي تم الإشارة إليها سابقًا والمتعلقة بـ التموضع المحلي والعالمي تشير إلى أن طموحات السعودية في صناعة الموسيقى في طريقها للتحقيق. حيث أن الموسيقى المحلية تتصدر القوائم المحلية على منصات البث العالمية — وهو ما يتعارض مع التوقعات الاقتصادية. لقد تم تحويل صناعة الموسيقى المسجلة في جميع أنحاء العالم نتيجة لذلك. ومع مزاياها النسبية في الديموغرافيا، واعتماد الآيفون، ومستويات الدخل، فإن السعودية في وضع جيد للاستفادة من هذه الفرص.

# عن المؤلف

Will Page هو مؤلف الكتاب الذي لاقى إعجاب النقاد "Tarzan Economics"، الذي تمت ترجمته إلى خمس لغات وتم نشره في النسخة الورقية تحت عنوان "Pivot". وككبير اقتصادي سابق في سبوتيفاي و PRS for Music، كان Will رائدًا في "Rockonomics" وألقى الضوء على التموضع المحلي والعالمي، موضحًا كيف ولماذا يتصدر الفنانون المحليون الذين يغنون بلغاتهم الأم القوائم على منصات البث العالمية. في سبوتيفاي، أطلق تقريره السنوي المستمر والمتوقع بشدة حول القيمة العالمية لحقوق الطبع والنشر الموسيقية، وفي PRS أنقذ BBC 6Music. هو أيضًا متحدث شغوف، يساهم بانتظام في BBC، و Financial Times، و The Economist. كما يشغل Will منصب زميل في London School of Economics، و Edinburgh Futures Institute، و Royal Society of the Arts.

للمزيد

# عن الهيئة السعودية للموسيقى

تم تأسيس الهيئة السعودية للموسيقى في فبراير 2020 وفقًا لقرار مجلس الوزراء رقم 414. تعمل الهيئة على إنشاء بنية تحتية لثقافة الموسيقى في المملكة تتيح للجميع الوصول إلى فرص تعلم الموسيقى واكتشاف وتطوير وتمكين المواهب الموسيقية. كما تسعى الهيئة إلى رفع الوعي المجتمعي بثقافة الموسيقى وإقامة قطاع يساهم في الاقتصاد المحلي من خلال خلق فرص عمل لكلا الجنسين، وتنظيم وإنتاج العروض الثقافية الحية، وتسجيل الموسيقى، وإنشاء مراكز تعليم الموسيقى للهواة، بالإضافة إلى إحياء وتوثيق الفلكلور السعودي والعروض الموسيقية لتعزيز الإحساس الوطني والاجتماعي. كما تسعى الهيئة إلى تطوير الهوية الثقافية الموسيقية للمملكة العربية السعودية ونشرها إقليميًا وعالميًا، والتأكيد على مكانة المملكة القيادية في العالم العربي والإسلامي من خلال إدراج الوعي الثقافي الموسيقي ضمن متطلبات جودة الحياة.

للمزيد

# الشكر والتقدير

يود المؤلف أن يتقدم بالشكر إلى الهيئة السعودية للموسيقى، وبالتحديد :بول باسيفيكو، هالة علي الحديدي، سعود أدهم، الأميرة نورة الشهيل وجميع أفراد فريق الدعم لديهم. بالإضافة إلى ذلك، كانت Luminate Data لا تقدر بثمن في وضع المنطقة على رادار القياس، وشكر خاص لـ سكوت رايان، بول توش، جايمي ماركونيت، ماري نو انغو، نيك لانز افامي، إليود مبورو وخصوصًا هيلينا كوسينسكي .كما يود المؤلف أن يعترف بالدعم والبيانات والإرشادات من شين شابيرو )مركز نظم الموسيقى(، سلمان تشودري (Sensor Tower)، سايمون دايسون (OMDIA) والعديد من التنفيذيين عبر شركات التسجيل والنشر والخدمات الرقمية. وأخيرًا، الشكر لـ سام بليك لعمله الرائع في تحرير النصوص، وأليس كلارك على التصميم والإنتاج الرائعين اللذين جعلا هذا العمل المعقد سهل القراءة.


هيئة الموسيقى
Music Commission